Genossenschaftliche Volksbibliothek

Herausgegeben vom
Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

8. Heft

Die soziale und wirtschaftliche Aufgabe der Konsumgenossenschaften

Von Prof. Dr. J. F. Schär, Berlin



Druck und Verlag
Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

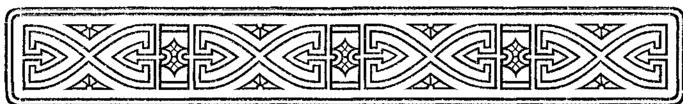
Die soziale und wirtschaftliche Aufgabe der Konsumgenossenschaften

Von

Professor Dr. **J. F. Schär,** Berlin



Druck und Verlag
Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)
Basel 1910



Motto: Reichtum erzeugen, ist das wirtschaftliche, ihn gerecht verteilen, das soziale Problem; beide Probleme zu lösen, ist die Aufgabe der Organisation des Konsums in freien Genossenschaften.

I.

Konsumentenorganisation und Sozialreform.

Das Endziel der Konsumgenossenschaft liegt in der Bildung einer Wirtschaftsgemeinde, in welcher die Produktion der Bedarfsgüter in den Dienst der Konsumation gestellt wird und die Verteilung der Güter nach dem Prinzip der Gerechtigkeit stattfindet. Die ungeregelte (anarchistische) Produktion soll in eine organisierte, d. h. dem Bedarf der Wirtschaftsgemeinde angepasste, die arbeitsfreien Einkommen von Grundrente, Zins und Unternehmergewinn sollen in Arbeitsentgelt umgewandelt werden.

Diese Auffassung der Aufgabe und des Endzieles der Organisation des Konsums mag gar vielen als eine unerreichbare Utopie erscheinen; sie stimmt aber nichtsdestoweniger mit den Idealen der redlichen Pioniere von Rochdale überein und lässt sich auch aus den Entwicklungstendenzen des wirtschaftlichen und sozialen Lebens begründen. Treibt die kapitalistische Konzentration der wirtschaftlichen Unternehmungen

zum monopolisierten Staatsbetrieb, in der Zwangsvereinigung der Staatsgesellschaft, so die wirtschaftlich-soziale Konzentration der Konsumenten in freien Genossenschaften zu der oben geschilderten freien Wirtschaftsgemeinde, deren Ziel es ist, ihre Angehörigen aus Entbehrung und Not zu erlösen, ihnen den Weg zu einer auskömmlichen Existenz zu zeigen, mit den wirtschaftlichen Kräften auch die ethischen, überhaupt die kulturellen Kräfte auszulösen und dadurch die Wohlfahrt aller ihrer Mitglieder zu begründen.

Hieraus folgt zweierlei: Einmal, dass die Entwicklung der Konsumentenorganisation und die Ausgestaltung derselben auf dem Wege zur Lösung der sozialen Frage liegt, es handelt sich dabei um eine wirksame *Sozialreform*. Sodann, dass die Ziele dieser Organisation nur auf dem Wege der Evolution erreichbar sind. Jede prinzipielle Betrachtung der Konsumgenossenschaft muss somit in den Fluss der sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung gestellt werden. Hat nun auch diese Auffassung von der Bedeutung der Konsumgenossenschaften dank einer mit ihrer äusseren Entwicklung geradezu parallellgehenden tiefgründigen Literatur in den letzten zehn Jahren grosse Fortschritte gemacht und infolgedessen auch in der Welt der Gebildeten, der Politiker und der Arbeiter viele weitblikende Köpfe für sich gewonnen, so bleibt doch noch an Aufklärungsarbeit sehr viel zu tun. Es erscheint daher als eine dankbare Aufgabe, die soziale und wirtschaftliche Aufgabe der Konsumgenossenschaften einer prinzipiellen Erörterung zu unterziehen, insbesondere festzustellen, inwieweit sie die durch die kapitalistische Wirtschaft erzielten Fortschritte sich dienstbar machen kann und muss, und in welchen grundle-

genden Punkten sie darüber hinauswächst und neue Wege bahnt.*)

Wir haben von der individualistisch-kapitalistischen Gestaltung des Wirtschaftslebens zu lernen, wie der ungemessene Reichtum an Bedarfsgütern auf die rationellste Art erzeugt, wie durch die zweckmässigste Verbindung von Natur, Arbeit und Kapital die höchste Produktivität erreicht wird, und wie der Antrieb zur höchsten wirtschaftlichen Kraftentfaltung durch die Handels- und Gewerbefreiheit und die freie Konkurrenz erhalten beziehungsweise gekräftigt und gefördert werden kann. *Reichtum erzeugen, ist das wirtschaftliche Problem.*

Andererseits ist es die Aufgabe des Staates und der freien gesellschaftlichen Bestrebungen, den sozialen Misständen, welche die kapitalistische Produktionsweise und die freie Konkurrenz notorisch gezeitigt haben, zu begegnen; unter Beibehaltung der *persönlichen Freiheit* und der *individualistischen Gestaltungskraft* den Weg zu finden, wie der Reichtum an Natur- und Industrieprodukten befruchtend und beglückend in alle Kanäle der sozialen Gliederung geleitet und jedem arbeitsfähigen und arbeitswilligen Menschen eine auskömmliche Existenz mit dem gerechten Anteil an Lebensgenuss und Lebensglück gesichert werden kann; *den Reichtum gerecht zu verteilen,* das ist das *soziale Problem.*

*) Der Verfasser hält sich hierbei an die gleichsam als Glaubensbekenntnis ausgesprochenen Gedanken, die er bei Anlass der Niederlegung seines Amtes als Präsident des Verbandes schweizerischer Konsumvereine entwickelt hat und die heute noch nichts an ihrer Aktualität eingebüsst haben. Es mag die Leser auch die Mitteilung interessieren, dass die *Unione cooperativa* in Mailand das an der Spitze dieser Arbeit stehende Motto des Verfassers als Inschrift auf einer Marmorplatte am Eingang ihres neuerworbenen und umgebauten Palastes verwendet hat.

Der Reichtum soll nicht dazu missbraucht werden, dass nur einzelne wenige ihn sich aneignen, indessen grosse Massen des Volkes in Armut und Elend umkommen; sondern der *Reichtum soll gesellschaftliche Funktionen annehmen* und dadurch nicht nur die Armut mindern und schliesslich aufheben, sondern durch die Förderung und Mehrung der Konsumkraft auch die Produktionskraft mehren. Der *Reichtum soll Segen stiften und neuen Reichtum erzeugen.*

Wie kann dieses Problem gelöst werden? Jedenfalls nicht durch den Staat; selbst wenn er im weitgehendsten Sinne die Zwecke der Volkswohlfahrt in sich aufnimmt, so ist er doch zu sehr ein Produkt der jeweiligen Gesellschaftszustände und der diese beherrschenden Machtfaktoren, als dass er die tiefgreifendsten Reformen und Umgestaltungen der Gesamtheit des wirtschaftlich-sozialen Leben eines Volkes durchzuführen vermöchte.

Vergeblich würden wir von ihm ein Ausschalten der arbeitsfreien Einkommen, z. B. eine Verstaatlichung der Grundrente erwarten. Seine Eingriffe in die Produktion oder in die Konsumtion haben daher weit häufiger nur fiskalischen oder steuerpolitischen Charakter, als Zwecke der wirtschaftlichen oder sozialen Reform; nicht selten tragen sie leider auch den Stempel des Schutzes von gefährdeten Gruppen- und Sonderinteressen. Der Staatssozialismus ist heute selbst von den Sozialdemokraten aufgegeben.

Oder soll man mit der genossenschaftlichen Organisation *der Produzenten* anfangen? Die *Louis Blanc'schen* und *Lassalle'schen* Produktivgenossenschaften mit staatlicher Unterstützung, wie die freien Produktivgenossenschaften nach Schulze-Delitzsch, sind als misslungene sozial-wirtschaftliche Experimente

anzusehen. Der Hebel der Reform hat hier am *falschen Punkte* eingesetzt; die genossenschaftliche Produktion ist das *Endglied,* das Schlussergebnis, das erst in der Angliederung an die genossenschaftliche Konsumtion wirtschaftlich nützlich und sozial ausgleichend funktionieren kann. Denn genossenschaftlich produzieren kann man nur in der geschlossenen Wirtschaft, oder in der genossenschaftlich organisierten Konsumentengemeinde. Muss der Absatz ausserhalb gesucht werden, so steht man wieder auf dem rein kapitalistischen Boden, und der Effekt ist nur der, dass ein Konkurrenzgeschäft mehr auf den öffentlichen Markt tritt. Bevor man also eine Wirtschaftsgemeinde organisiert hat, die in sich den Eigenbedarf an fremden Gütern kontrolliert und planmässig deckt, ist die Eigenproduktion verfrüht und ihr Erfolg gefährdet. Die Konsumentengemeinde mit angegliederter Eigenproduktion ist daher das Endglied der Entwicklung. Allein, auch sie wird nie dazu kommen, den *ganzen Bedarf* selbst zu decken. Auch die grösste Wirtschaftsorganisation *kann nie die Endglieder der Weltproduktion* umfassen. Die internationale Arbeitsteilung, die Ungleichheit in der Verteilung der Gaben der Natur und in der Befähigung zum Industrie- und Gewerbefleiss werden stets dafür sorgen, dass die Produktion innerhalb einer Konsumentenorganisation eine beschränkte sein wird und die Dienstleistungen des Handels nie entbehrt werden können.

Aus diesen zwei Gründen ist es also verkehrt, wenn man die Reform in der Güterverteilung von der Organisation der Produzenten erwartet. Der Hebel muss an einem anderen Punkte angesetzt werden. Die soziale Reform muss mit der Organisation der Konsumenten beginnen, und zwar aus folgenden Gründen:

1. *Jeder Mensch ist Konsument;* indem man also die Konsumkraft zum Ausgangspunkt der Vereinigung, des Zusammenschlusses, der Organisation macht, gewinnt man die breiteste Basis. Wir schaffen dadurch eine Wirtschaftsgemeinde, welcher *alle Glieder kraft ihrer elementarsten Bedürfnisse* angehören können. Die Qualität zur Mitgliedschaft bringt jedes Kind mit auf die Welt; jeder Mensch ist Konsument von der Wiege bis zum Grabe; sein Anschluss und seine Zugehörigkeit zur Wirtschaftsgenossenschaft der Konsumenten ist dokumentiert durch sein *Dasein,* durch die im Stoffwechsel begründeten Lebensfunktionen. Kein anderes Band, selbst nicht das familiäre oder staatliche, ist so fest und unlösbar, wie das durch die Konsumgenossenschaft gegebene.
2. Aus diesem Grunde liegt auch in der *Konsumentenorganisation die höchste wirtschaftlich-soziale Macht;* sie ist stärker als alle Ringe und Trusts der Welt, wenn sie zum Bewusstsein ihrer Kraft gelangt und national und international organisiert wird.
3. Naturgemäss schliessen sich der Organisation der Konsumenten zunächst in zahlreichster Vertretung nur diejenigen an, die, in ihrer Lebenshaltung eingeschränkt, mit Not und Entbehrung zu kämpfen haben, die genötigt sind, ihr Einkommen in sparsamster Weise zur Erwerbung von Bedarfsgütern zu verwenden. *Die Organisation der Konsumenten gestaltel sich daher zu einem Werke der sozialen Selbsthilfe der Arbeiter* und der übrigen Angehörigen der unteren und mittleren Stände; wer hier tätigen Anteil nimmt, wird zum Mitabeiter im Kampfe gegen Not, Elend,

Entbehrung, *er verrichtet ein menschenfreundliches Werk,* das infolge des Charakters der Selbsthilfe viel höher anzuschlagen ist als alle Formen der Mildtätigkeit, ja selbst der Mitarbeit an der Politik. Dem alten Sprichwort: „Armut kann die Armut am besten erziehen!“ setzen wir den Gedanken gegenüber:

Weder Staatskunst noch Mildtätigkeit vermögen das darbende und notleidende Volk dauernd auf eine höhere Stufe der Lebenshaltung zu führen; nur die aus der *Selbsthilfe* herausgewachsenen *wirtschaftlichen, intellektuellen* und *moralischen Kräfte* erkämpfen sich neue und bessere Lebensbedingungen; Selbsthilfe ist aber dem Schwachen nur möglich im genossenschaftlichen Zusammenschluss; sein grösster und wertvollster Einsatz in die Genossenschaft ist *seine Konsumkraft.* Der einzelstehende Konsument schenkt seine Konsumkraft weg; der organisierte Konsument begründet mittels derselben seine Wohlfahrt.



II.

Der soziale Handel durch die Konsumvereine.

Die Hauptaufgabe des sozialen Handels, deren Träger die Konsumvereine sind, besteht einerseits darin, das dem privatwirtschaftlichen Handelsbetriebe charakteristische Moment des Gewinnes, seinen Erwerbscharakter, auszuschalten und andererseits die Funktionen der Bedarfsversorgung auf die wirtschaftlich zweckmässigste und nützlichste Art zu organisieren.

In erster Linie kommt unstreitig die *Ausschaltung des Erwerbszweckes.*

Dass es eine Form des Handels und der ihm angegliederten wirtschaftlichen Funktionen geben kann, die das individuell-kapitalistische Prinzip des Erwerbens und Gewinnens nicht mehr kennt, ist durchaus neu. Werke der *Gemeinnützigkeit,* der *Mildtätigkeit,* haben zu allen Zeiten der Kulturperioden die Lichtpunkte menschlichen Fühlens und Handelns gebildet und den „sozialen Instinkt" dokumentiert; auch das Prinzip der *Gegenseitigkeit* ist, namentlich im Gebiete der Versicherung, schon sehr alten Datums.

Dass aber im Gebiete der rein wirtschaftlichen Funktionen, wie in dem des Handels, auch nur die Gemeinnützigkeit, das Wohl und Interesse der Gesamtheit, massgebend sein können, und dass die einzelnen an Wohltaten eines gemeinsamen Werkes nach der Grösse ihres durch die Gemeinschaft gedeckten Güterbedarfes teilnehmen können, ist etwas Ungewohntes. Jahrzehntelang kam dieses Prinzip selbst den nach ihm handelnden Personen nicht zum vollen Bewusstsein; nur so erklärt es sich, dass die dem kapitalistisch betriebenen Handel entnommenen Ausdrücke, wie *Verkauf, Verkäuferin, Verkaufsmagazine, Ware, Gewinn, Dividende,* sich in Statuten und Rechnungen von Konsumvereinen bis zum heutigen Tag halten konnten. Und doch ist die Ausschaltung des Profites das Fundament, der Ausgangspunkt und der Eckstein der Konsumvereine, und jeder Verstoss gegen dieses Prinzip bedeutet eine folgenschwere Verirrung in ihrer Entwicklung. Der Beweis, dass die genossenschaftliche Versorgung der Konsumenten mit den Bedarfsgütern, sei es auf dem Wege des gemeinsamen Einkaufes oder der Eigenproduktion, niemals Erwerb

bringen und Gewinn eintragen kann, ist schon so oft geleistet worden, dass es genügt, daran zu erinnern, dass niemand an sich selbst Gewinn erzielen kann.

Immerhin ist zu betonen, dass die *Wahrung des gemeinschaftlichen Interesses* überall da zur Geltung kommt, wo die Genossenschaft als juristische Person in der Gestalt als Käufer gegenüber Dritten auftritt oder in anderer Form Verträge mit solchen abschliesst. Auch die Konsumgenossenschaft sucht möglichst billig zu kaufen, wie der gewöhnliche Kaufmann. Der Warenlieferant sieht sich gegenüber den Konsumvereinen in gleichem Interessengegensatz, wie gegenüber einem privaten Käufer; im Preiskampfe nach aussen hin muss sich tatsächlich die Konsumgenossenschaft auf den gleichen Boden stellen, wie ein auf Erwerb und Gewinn ausgehendes Geschäft. Allein sobald die Ware in das Eigentumsrecht der Genossenschaft übergeführt ist, hört sie auf, Ware zu sein; hört überhaupt die Möglichkeit auf, Gewinn zu erzielen. Das Prinzip der Ausschaltung des Gewinnes führt daher notwendig zum Bestreben, die Rechts- und Wirtschaftssphäre der Konsumvereine immer weiter auszudehnen, den Produzenten in sich aufzunehmen und das Reich der familienähnlichen Gemeinwirtschaft immer mehr zu vergrössern. Die *Angliederung der Produktion an die Einkaufsgenossenschaft* und deren Ausbau zu einer vollen Wirtschaftsgemeinde ist daher die notwendige Folge des Wesens und der Prinzipien der Konsumvereine.

Welche Konsequenzen ergeben sich aus dem Prinzip der Ausschaltung des Gewinnes? Vor allem die Tatsache, dass alle, die der Genossenschaft angehören, *gleichberechtigte Mitglieder* sind, dass keiner Person, die sich ihren Gesetzen unterziehen will, der

Eintritt verweigert werden kann, und dass endlich alle Einmischungen und Geschäftsgebaren, denen eine gewinnsüchtige Tendenz zugrunde liegt, bekämpft werden müssen. Insbesondere leiten wir daraus folgende Forderungen ab:

1. *Die Genossenschaft darf unter keinen Umständen geschlossen noch darf der Eintritt erschwert werden;* im Gegenteil ist als Hauptziel der Entwicklung ins Auge zu fassen, dass der Eintritt auch den ärmsten Familien möglich wird. Die Schliessung eines Konsumvereins ist ein Verbrechen gegen das Prinzip der Konsumgenossenschaft, eine Negation ihres Wesens. Sie hört in dem Augenblicke auf, ein Konsumverein zu sein, wo sie ihre Mitgliederliste schliesst, Aber noch nach einer anderen Seite droht Gefahr. Wie sorgen wir dafür, dass auch die Schwächsten und Aermsten die Wohltat der Zugehörigkeit zur genossenschaftlichen Gemeinde geniessen können? Das ist ein Problem, das nur mit Bezug auf die Eintrittsbedingungen gelöst ist, nicht aber mit Bezug auf die Benutzung der Genossenschaftsanstalten. Das Prinzip der Barzahlung kann und darf nicht durchbrochen werden; aber es gibt doch Auswege, um Familien, die in Schulden stecken oder in Notlage sind, zu helfen. Diese Mittel zu suchen und ohne Einbruch in das Barzahlungsprinzip oder in das Prinzip der Gleichberechtigung in die Praxis einzuführen, bleibt der Zukunft vorbehalten. (Errichtung von Notfonds.)

Während die Träger der kapitalistischen Organisation wirtschaftlicher Unternehmungen das grösste Interesse darin finden, die Zahl der Beteiligten, der Gesellschafter, zu verkleinern, um den Gewinn schliesslich auf möglichst wenige zu verteilen, hat

die Konsumgenossenschaft das entgegengesetzte Interesse; jedes neue Mitglied, das seine Konsumkraft in den Dienst der Genossenschaft stellt, vermehrt die wirtschaftliche Kraft des Ganzen und ist daher für das Ganze nur Gewinn. Darin liegt das Rätsel der werbenden Kraft, der unbeschränkten Expansionsfähigkeit der Konsumvereine, woher ihr neuzeitliches enormes Wachstum sich von selbst erklärt.

2. *Keinem Mitgliede darf ein Vorrecht oder ein Gewinnanteil zugesichert werden.* Die als Aktiengesellschaften gegründeten Konsumvereine müssen in Genossenschaften umgewandelt werden. Bei den Genossenschaften sind die Zinsvergütungen auf Anteilscheine zu limitieren, der Zinsfuss darf den landesüblichen nicht übersteigen. Kann ein Mitglied mehrere Stammanteile erwerben und werden diese zu hohem Zinsfuss verzinst, so ist dies ein Verstoss gegen das Prinzip. Die Form der Aktiengesellschaft ist doppelt gefährlich. Da nach dem Gesetz das Aktienkapital zum voraus bestimmt ist und die Aktien in festen Händen sein müssen, so wird der Neueintritt erschwert oder verunmöglicht; der Uebergang zur Dividendenwirtschaft liegt als stetige Versuchung der Mitglieder sehr nahe.

3. *Die Ueberschüsse müssen im Verhältnis der Konsumtion* beziehungsweise der Wertbeträge, für welche die Mitglieder die Genossenschaftsanstalten benutzt haben, zurückvergütet werden.

Kein anderer Verteilungsmodus der Zurückerstattung der zuviel erhobenen Zahlung der Mitglieder für die ihnen ausgeteilten Güter ist so gerecht, wie der nach dem Wertverhältnis der Konsumtion. Da kann keiner ernten, wo er nicht gesäet hat; die Möglichkeit, aus dem Einkommen anderer zu leben, ist ausgeschlossen. Nur nach einer Richtung kann

dieses Verfahren kleinere Verschiebungen in der gerechten Verteilung des Ueberschusses zur Folge haben; es ist dies der Fall, wenn der Betriebsüberschuss an verschiedenen Artikeln ein ungleicher ist; bezieht ein Mitglied nur Milch und Brot, auf welchen Artikeln ein Ueberschuss von 2 bis 3 % erzielt wird, und es erhält dann doch die durchschnittliche Rückvergütung von z. B. 8 %, so liegt hier eine diskutierbare Verschiebung vor. Auch aus diesem Grunde ist das Bestreben, eine hohe Rückvergütungsquote zu erzielen, zu verurteilen und die Betriebsweise vorzuziehen, welche die den Mitgliedern zu bietenden Vorteile in erster und hauptsächlichster Linie in billigerem Preise und guter Qualität erblickt.

4. *Alle gewinnsüchtigen Tendenzen innerhalb der Vereine müssen aufs entschiedenste bekämpft werden.* Die zur Verwaltung erwählten Mitglieder müssen einen moralisch unbescholtenen Ruf geniessen und tüchtige, haushälterische Wirtschafter sein. Die ungetreuen Angestellten müssen unnachsichtig bestraft und entfernt werden. Jede Form der Bestechung, der Veruntreuung muss schärfstens bekämpft und durch eine gute Kontrolle verunmöglicht werden.

5. Die Ausschaltung des Gewinnprinzips hat die hochwichtige Folge, *dass die Verfälschung der Ware keinen Sinn mehr hat.* Der Konsumverein kann daher bei sich keinen unlauteren Wettbewerb dulden, weil das ein Selbstbetrug wäre. Da der Konsumverein nicht gewinnen, sondern seinen Mitgliedern gute und billige Lebensmittel beschaffen will, *so kann er* sie nicht betrügen.

6. *Kein Geschäftsgeheimnis mehr.* Die Geschäftsführung eines Konsumvereins hat keine Veranlassung,

irgend eine Geschäftsoperation noch Geschäftsverbindung geheimzuhalten. So offen ihr Prinzip, unter Ausschluss jeder gewinnsüchtigen Tendenz nur im Interesse der Wirtschaftsgemeinde zu handeln, so offen sind ihre Geschäftsgebaren, ihre Buchführung und Bilanzen, ihre Kalkulationen. Dadurch ist nicht nur jedem Mitglied die Möglichkeit geboten, die Geschäftsleitung zu kontrollieren, sondern auch die Oeffentlichkeit kann wie den Staatshaushalt, so auch den Haushalt der Konsumgenossenschaft prüfen und beurteilen. Diese öffentliche Kontrolle übt einen guten Einfluss auf die Geschäftsleitung, zwingt sie zur guten Ordnung, zu soliden Bilanzen, zu haushälterischer Sparsamkeit und wirtschaftlichem Betrieb. Dazu kommt, dass auch ein Verein vom andern lernen kann; selbst zwischen den nationalen Verbänden besteht kein Geschäftsgeheimnis. Mit zuvorkommender Offenheit tauschen sie ihre Erfahrungen aus, und nützen sich gegenseitig, soviel sie nur können. Wie ganz anders liegen die Verhältnisse bei den auf Erwerb gerichteten Geschäften! Ihre Konkurrenz schliesst die gegenseitige Hilfe in betriebstechnischen Dingen gänzlich aus; möglichste Geheimhaltung, Missgunst und Schadenfreude, Abjagen der Kundschaft, Neigung zur Abwälzung des Schadens auf andere, und andere Erscheinungen feindlicher Natur treten an Stelle der gegenseitigen Unterstützung und Förderung.

7. *Der Verkauf an Nichtmitglieder.* So lange ein Konsumverein an Nichtmitglieder verkauft und den aus diesen Verkäufen erzielten Gewinn statt an die betreffenden Käufer an die Mitglieder verteilt, sinkt er auf die Stufe einer gewöhnlichen Erwerbsgesellschaft herab. Mag auch der Bruchteil der in dieser Art erzielten Ueberschüsse vom Gesamtergebnis nur ein

Zehntel oder ein Zwanzigstel ausmachen, so ist diese Art der Gewinnmacherei doch zu verurteilen. Was den deutschen Konsumvereinen 1889 durch Gesetz aufgedrängt worden, liegt durchaus im Prinzip der Konsumgenossenschaft.

8. *Der Charakter der Gemeinnützigkeit.* Wenn auf der ganzen Linie und mit vollem Bewusstsein alles abgestreift wird, was auf Erwerb und Gewinn abzielt, wenn die Konsumgenossenschaft gänzlich sich von kapitalistischen Formen befreit, so nimmt sie den Charakter einer grossen Familie an, deren Haupt und Glieder kein anderes Bestreben kennen, als sich gegenseitig glücklich zu machen; abgesehen vom ethischen und erzieherischen Moment, das in einer solchen Vereinigung jedes Glied und das Ganze hebt, veredelt und das Bewusstsein der Solidarität weckt und kräftigt, hat die Ausgestaltung der Konsumgenossenschaft zu einer die gegenseitige Ausbeutung ausschliessenden Wirtschaftsgemeinde den hohen Wert, dass sie *nach aussen* als eine *gemeinnützige und humanitäre Anstalt* erscheint; die Gemeinnützigkeit nimmt hier ihre höchste, reinste und wirksamste Form an, weil sie auf gegenseitiger Selbsthilfe beruht und nicht auf dem zweifelhaften Fundament der Mildtätigkeit, der Opfer und Almosen einiger Weniger. Wie wir später zeigen werden, haben im Rahmen dieser gemeinnützigen, die Ausbeutung ausschliessenden, die Kraft und die Mittel aus sich selbst schöpfenden Wirtschaftsgemeinde auch alle jene Schöpfungen der edlen Menschenliebe, der Pflege der Bildung, der Wissenschaft Platz, die bislang nur wenigen zugute kamen.

9. Die Ausschaltung der Erwerbstendenz bewirkt auch gegenüber der öffentlichen Gewalt, dem Staate, eine andere Auffassung der Konsumvereine.

So hängt denn tatsächlich alles an dem Prinzip der Ausschaltung des Gewinnes und der Erwerbstendenz: innere und äussere Kraft, stetige Entwicklung im Sinne der Wohlfahrt des ganzen Volkes; wachsendes Ansehen und Anerkennung vor dem Forum der Oeffentlichkeit, Verbesserung des Rechtsschutzes und rückhaltlose Mitarbeit aller edeldenkenden Menschen. Je vollkommener die Konsumvereine dieses Prinzip erfassen und ihre Tätigkeit und Organisation darnach ausgestalten, desto unwiderstehlicher ist ihre Entwicklung und Ausbreitung: desto grösser ihre innere Kraft, desto segensreicher ihre Wirksamkeit.

Hier liegt auch der Hauptangriffspunkt der Gegner der Konsumvereine. Kleine und grosse Gewerbetreibende beklagen sich nicht über die Konkurrenz von seiten anderer Unternehmer; Grossbetriebe, Aktiengesellschaften, Trusts und andere neue Betriebsformen mögen entstehen, soviel als wollen, man hört dagegen kaum öffentliche Klagen; sie haben ja alle das gleiche Erwerbsprinzip. Dagegen erhebt man sich gegen die Konsumvereine, weil sie das Erwerbsprinzip ausschalten und dadurch eine neue Aera im ganzen Wirtschaftsleben einleiten.

Nicht die Beseitigung des Handels ist das Ziel der Konsumentenorganisation, sondern die Reorganisation desselben; alle seine wirtschaftlich und technisch nützlichen Funktionen, seine notwendige Mitwirkung im Ausgleichungsprozess von Gütervorrat und Bedarf, Ueberfluss und Mangel werden nicht nur nicht ausgeschaltet, sondern in den Dienst der Volkswirtschaft gestellt und aufs vollkommenste ausgebildet. Ausgeschaltet werden nur die *Profitwut* und die damit zusammenhängenden hässlichen Auswüchse, ausgeschaltet wird die *unwirtschaftliche Verzettelung und Vergeudung*

der Kräfte und Mittel und die dadurch erzeugte Hemmung in der Erzeugung und Verteilung des Reichtums.



III.

Das Streben der Konsumvereine nach höchter wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit.

Wenn sich die Konsumvereine in Bezug auf das Grundwesen und die treibenden Motive auf einen den gewöhnlichen Erwerbsformen entgegengesetzten Standpunkt stellen, so trifft dies nicht zu in Bezug auf die Organisation des Betriebes. In dieser Beziehung müssen die Konsumvereine sich alle jene Fortschritte aneignen, die von den gut organisierten Privatbetrieben zur Erhöhung ihrer Leistungsfähigkeit zur höchsten wirtschaftlichen Ausnutzung von Kraft, Zeit und Mitteln erzielt worden sind. Mit Bezug hierauf stellen wir folgende Forderungen:

Die Konsumvereine müssen möglichst kapitalkräftig sein, indem sie einerseits *ihr eigenes Vermögen,* den Reservefonds, stetig vergrössern und als *unantastbares Genossenschaftsgut* erklären, und andererseits auf dem Wege des Kredits die Ersparnisse ihrer Mitglieder zinsvergütend an sich ziehen und im Geschäfte nützlich verwerten. Denn *ohne genügende Geldmittel kann kein Genossenschaftsbetrieb wirtschaftlich leistungsfähig gemacht werden.* Die Zusammenlegung der Ersparnisse der Mitglieder zur Förderung der Genossenschaftszwecke ist daher eine Hauptforderung.

Die Genossenschaften müssen sich auch die Vorteile der *Arbeitsteilung* und ganz besonders des *Gross-*

betriebes zu eigen machen. Wir vertreten die Meinung, dass die Konsumvereine trotz ihres hohen sozialen Prinzips der Gewinnausschaltung keine Berechtigung hätten, wenn sie wirtschaftlich einen Rückschritt darstellen und die höchste Steigerung der Reichtumserzeugung hemmen oder gefährden würden. Wie die Erfahrung lehrt, müssen ja auch tatsächlich die genossenschaftlichen Gebilde zugrunde gehen, wenn sie nicht richtig verwaltet und unwirtschaftlich betrieben werden. Aber das ist gerade das Entscheidende, dass die Konsumgenossenschaften auch *wirtschaftlich ein ganz bedeutender Fortschritt sind*, dass sie die Erzeugung des Reichtums nicht nur nicht hemmen, sondern mächtig steigern zufolge ihrer in der vereinigten Konsumkraft und in ihrem solidaren Zusammenschluss begründeten Stärke. Den Konsumvereinen wohnt die Tendenz inne, sich zu Grossbetrieben zu entwickeln; sie nützen ihre Läden und ihre Mittel besser aus, als die Mehrzahl der Privatgeschäfte, ihre Angestellte leisten mehr, die Unkosten sind kleiner, die unwirtschaftliche Verzettelung der Kräfte findet nicht statt. Man vergleiche nur die auf einen Laden und eine Ladnerin entfallenden durchschnittlichen Umschlagswerte in einem grosssn Konsumverein mit den entsprechenden Werten in einem Privatgeschäfte; selbst dem Warenhaus sind sie in dieser Beziehung überlegen.

Dies ist aber für einzelne *kleinere Konsumvereine* nur möglich, wenn sie sich zu nationalen *Wirtschaftsverbänden* zusammenschliessen. Wie der einzelne isolierte Konsument erst durch seinen Anschluss an einen örtlichen Konsumverein stark wird und der Wohltat der Gemeinschaft teilhaftig wird, so kann der einzelne Konsumverein nur dann zu einer wirt-

schaftlichen Macht gelangen, wenn er sich dem nationalen Zentralverbande anschliesst. *Dadurch wird jeder kleine Verein zum Organ eines Grossbetriebes;* denn es bedarf keines Beweises, dass die Konsumvereine in ihrer Vereinigung einen Grossbetrieb darstellen, der von keinem anderen Konkurrenzgeschäfte erreicht wird. Es ist die Zentralstelle, in der Schweiz der *Verband schweizerischer Konsumvereine in Basel,* die den Konsumvereinen ihre wirtschaftliche Ueberlegenheit verleiht. Nicht genug kann man die einzelnen Konsumvereine darauf aufmerksam machen, dass sie ohne die Zentralstelle einem Körper ohne Kopf gleichen, dass die Zentralstelle nicht eine zufällige Einrichtung, ein gewöhnliches Einkaufs- und Vermittlungsgeschäft, sondern das allen gemeinsame Hauptorgan ist. Leider ist diese Einsicht noch nicht in alle Glieder des Verbandes gedrungen; noch gibt es Verbandsvereine, die in ihrer Einkaufszentrale nichts als eine Grosshandlung erblicken, die man nach Belieben benutzt, auf der Seite lässt oder gar missbräuchlich gegen andere Grossisten ausspielt. Die wichtigste Aufgabe der Vereine und der Zentralbehörden liegt unstreitig in der stetigen Mehrung der Leistungsfähigkeit und Kraft der Zentraleinkaufsstelle. Ein Hauptmittel hierzu ist auf der einen Seite die Aufklärung, dass diese Zentralstelle ein allen Verbandsverereinen gehörendes *gemeinsames Organ* ist, andererseits in der den Leitern der Zentralstelle obliegenden Pflicht, sich dieser Aufgabe stets bewusst zu bleiben und ihre Nützlichkeit und Notwendigkeit durch stets wachsende Leistungsfähigkeit zu beweisen. Leiter und Organe der nationalen Zentraleinkaufsstelle dürfen nie vergessen, dass sie einzig und allein im gemeinsamen Dienst der Verbands-

vereine und ihrer gemeinsamen Interessen stehen. Sie sind an die höchste Stelle der nationalen Wirtschaftsgemeinde gerückt, sie haben die Verbindung der hunderttausend Familien des Landes mit dem Weltmarkt zu besorgen, sie sind an jene früher erwähnte Peripherie gestellt, von wo aus der Preiskampf gegen die im Interessengegensatz stehenden Verkäufer geführt werden muss; sie sind nicht nur örtlich, sondern auch sachlich die Grenzwächter für den Eingang der Waren in das nationale Wirtschaftsgebiet, und ihre Pflicht ist es daher auch, alle und jede Fälschung oder Surrogierung der Waren zu entdecken und zurückzuweisen. Sie haben den Lauf des Weltmarktes zu studieren und die Konjunktur auszunutzen und das alles im Interesse der grossen nationalen Genossenschaftsgemeinde.

Allein damit ist die Aufgabe der Verbandsleitung und der Verbandsbehörde noch lange nicht erschöpft. Ihre Tätigkeit muss sich auch nach innen richten: alle sich zeigenden Auswüchse in den Vereinen zu bekämpfen, Irregeleitete auf den rechten Weg zurückzuführen, Schwachen beizustehen; neuentstehenden Vereinen zu helfen, die Leistungsfähigkeit jedes Gliedes zu fördern, das ist die eine Seite der inneren Aufgabe. Die andere Seite besteht in der Abwehr von Angriffen, die gegen die freie Entwicklung der Genossenschaften gerichtet sind; in dem Beistand bei Steuerkonflikten oder anderen Eingriffen der Behörden in die Rechte der Mitglieder.

Endlich hat der Verband auch Beziehungen der nationalen Konsumentengemeinde mit anderen nationalen Verbänden zu unterhalten, und zwar nicht nur, um in geistige Fühlung mit ihnen zu treten, sondern um die Wege und Mittel zu finden, wie der

internationale Produktenaustausch von Genossenschaftsverband zu Genossenschaftsverband am besten organisiert werden kann.

Verband nnd Vereine müssen also *eine wirtschaftliche Einheit,* einen Organismus bilden, dessen Aufgabe es ist, die Leistungsfähigkeit aufs höchste anzuspannen und die Grundsätze eines guten Haushaltes zu verwirklichen. Hieraus leite ich folgende Forderungen ab, die ich nur skizzieren will.

1. Bekämpfung der Konkurrenz unter den Konsumvereinen, reinliche Abgrenzung des Wirtschaftsgebietes, Fusion von bestehenden Konkurrenzvereinen in der gleichen Stadt. Verhütung von Neugründungen in Ortschaften mit schon bestehenden Vereinen.

2. Verhütung nicht lebensfähiger Gründungen von Vereinen mit zu wenig Mitgliedern und zu geringen Betriebsmitteln.

3. Organisation des Betriebes jeder Genossenschaft nach erprobten Geschäftsgrundsätzen: Bekämpfung der Abgabe gegen Kredit; Verhütung von zu grossen Warenlagern, Beschränkung in der Errichtung neuer Läden; zweckmässige Arbeitsteilung; Masshalten im Anpassen an die Bequemlichkeit der Mitglieder (Hausspedition).

4. Strenge Kontrolle des Rechnungs- und Kassenwesens und der Ladnerinnen, peinlichste Ordnung in der Buchführung, gewissenhafte Kalkulation der Preise.

5. Aufstellung richtiger Bilanzen mit reichlichen Abschreibungen, regelmässiger und unbegrenzter Mehrung des Reservefonds, Unantastbarkeit desselben und Ansammlung eines stets wachsenden Genossenschaftsvermögens; Bekämpfung zu hoher Rückvergütung.

6. Sorgfältige Ueberwachung des Warenlagers und Verhütung von Entwertung und Zugrundegehen

einzelner Waren. Richtiges Verhältnis des Vorrats zum Umsatz.

7. Heranbildung tüchtiger Verwalter und Ladnerinnen sowie der übrigen Verwaltungs- und Leitungsorgane.

8. Aufklärung der Mitglieder über die Qualität, den Nährwert, die Behandlung, die richtige Verwendung und Ausnutzung der verschiedenen Waren.

9. Stetige Anpassung an die Bedürfnisse der Mitglieder, Verwertung der Fortschritte in der Güterproduktion; Einführung neuer Artikel nach erfolgter Erprobung derselben auf ihre Preiswürdigkeit und Nützlichkeit.

10. Sukzessive, den Kräften und Mitteln angemessene Ausdehnung des Betriebes auf die wichtigeren Bedarfsgüter und Einführung auch der Eigenproduktion (Bäckerei, Molkerei, Schlächterei, Fabriken, Wohnungen u. s. w.)

11. Festsetzung der Arbeitsbedingungen, der Gehälter und Löhne für die Angestellten und Arbeiter nach mustergültigen Normen zwecks Erhöhung der Leistungsfähigkeit einerseits, der Ermöglichung einer anständigen Lebenshaltung andererseits.

12. Wohlfahrtsaufgaben der Konsumvereine: Ausbreitung der genossenschaftlichen Bildung zwecks Erziehung zu wahren Genossenschaftern, Bibliotheken, Vorträge, Pflege der edlen Volksvergnügungen. Ferienheim. Notkassen u. s. w.

13. Organisation der Konsumkraft der Mitglieder in ihrem Verein, der Vereine in ihren nationalen Verbänden.



